SK바사, '통합 컨트롤타워' 구축… 글로벌 공략 발판 마련

개발·생산 등 전 과정 유기적 연결
COO 신설… 신규 파이프라인 총괄
전문가 추가 영입 등 개발 역량 확대

박진선 최고운영책임자.

SK바이오사이언스 송도 글로벌 R&PD 센터 전경.

SK바이오사이언스가 전사 운영 체계를 고도화하고, 개발부터 생산까지의 전 과정을 유기적으로 연결하는 통합 경영 체제를 가동한다. 송도 시대의 개막과 함께 경영 조직을 재정비하며 중장기 성장 전략 실현을 위한 인프라 구축에 나선 것으로 풀이된다.

SK바이오사이언스는 전사 밸류체인을 통합 관리하는 최고운영책임자(COO) 직책을 신설하고, 박진선 마케팅&사업개발 본부장을 선임했다고 21일 밝혔다.

이와 함께 글로벌 수준의 제조 및 품질 경쟁력을 확보코자 이상윤 전(前) 삼성바이오로직스 기술지원센터장을 L 하우스(HOUSE) 공장장 겸 바이오(Bio)연구본부장으로, 이범한 한미약품 QA그룹장을 QE(Quality Excellence) 실장으로 신규 영입했다.

이번 인사는 백신 개발과 상업 생산, 글로벌 협력이 하나의 시스템 안에서 작동하는 '통합 컨트롤타워'를 구축하기 위해 단행됐다. 현재 사노피와 공동 개발 중인 차세대 21가 폐렴구균 백신이 글로벌 임상 3상을 순조롭게 진행 중이고, 신규 백신 과제들이 본격적인 개발 단계에 진입함에 따라 이를 뒷받침할 운영 최적화가 필수적이라는 판단이다.

특히 송도 글로벌 R&PD 센터로의 이전을 계기로 연구 및 공정 인프라가 대폭 고도화되는 만큼, 이에 걸맞은 경영 효율성을 확보하고 파트너사와의 유기적인 협력 체계를 강화해 글로벌 시장 공략의 발판을 마련하겠다는 구상이다.

박진선 신규 COO는 서울대 약학과 출신으로 해외사업개발실장, BD(비즈니스 개발) 본부장, 마케팅&사업개발 본부장 등을 거친 글로벌 비즈니스 전문가다. 연구기획부터 사업개발까지 아우르는 전문성을 바탕으로 자체 개발 제품의 시장 경쟁력을 강화하고 신규 파이프라인의 상업화 준비 전반을 총괄하게 된다.

안동 L HOUSE 공장장을 겸직하는 이상윤 Bio연구본부장은 삼성바이오로직스와 셀트리온에서 대규모 상업 생산 및 기술 이전을 주도한 공정 혁신 전문가다. 이 공장장은 L HOUSE 운영과 Bio연구본부를 연계해 초기 연구 단계부터 글로벌 공급을 고려한 최적의 제조 공정을 설계할 계획이다.

글로벌 품질 경영을 책임질 이범한 QE 실장은 20년 이상 품질 보증(QA) 업무를 수행하며 미국 식품의약국(FDA) 등 글로벌 규제기관의 제품 승인을 이끌었다. 이 실장은 주요 파이프라인의 글로벌 진출에 부합하는 세계 최고 수준의 품질 관리 체계 확립에 주력할 계획이다.

SK바이오사이언스는 글로벌 백신·바이오 시장에서의 경쟁력 강화를 위해 전문가 영입을 지속하고 있다. 지난해 말에는 LG화학 등에서 바이오의약품 생산과 공정기술 전반을 경험한 조봉준 부사장을 신규임원으로 영입, 글로벌 제조 경쟁력 강화를 위한 기반을 다진 바 있다.

SK바이오사이언스는 올해 인천 송도 국제도시에 구축한 '글로벌 R&PD(Research & Process Development) 센터'로 본사 및 연구소 이전을 완료하며 송도 시대를 새롭게 열었다. 새로운 연구·생산 거점과 전문 인력 등 장기 성장 전략을 실질적으로 구현하는 인프라를 갖추고 프리미엄 백신 포트폴리오를 강화하고 주요 백신 개발 역량을 확대할 방침이다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

롯데웰푸드, 소비자 물가 부담 낮춘다

가나·빼빼로 등 160여개 품목 할인
일부 제품은 자체적으로 가격 인하

롯데웰푸드 제품들.

식품업계의 원가 부담이 쉽게 가라앉지 않고 있다. 이상기후, 국제 정세 불안 등이 이어지면서 원재료, 환율, 인건비 등 각종 제반 비용이 불안정한 구조를 보이고 있어서다.

특히 국내 식품업계는 대부분의 원재료를 수입에 의존하고 있는 만큼 환율 변동과 국제 원자재 가격의 등락이 곧바로 제조원가에 영향을 미친다.

이같은 환경 속에서 롯데웰푸드는 원가 부담을 소비자에게 전가하기보다 체감 물가 부담을 낮추는 것에 동참했다.

롯데웰푸드는 다가오는 2월 설 명절을 앞두고 마트와 슈퍼, 편의점 등 주요 유통 채널 10곳에서 순차적인 할인 행사에 돌입했다. 이번 행사에는 40여개 브랜드의 160여개 품목이 포함됐다. 가나, 빼빼로, 자일리톨, 카스타드, 꼬깔콘 등 대표 브랜드를 비롯해 제로(ZERO), 조이(JOEE), 이지프로틴 등 신성장 브랜드들이 함께 한다. 유통 채널별로 단순 가격 할인부터 '2+1 행사' 등 다양한 방식의 프로모션이 진행된다.

또한 2월 14일 발렌타인데이를 맞이해 추가적인 할인 행사 계획도 준비하고 있다.

롯데웰푸드는 일회성 행사에 그치지 않고 일부 제품에 대해서는 가격 자체를 조정하는 방식도 병행해 왔다. 지난해 5월에는 '이지프로틴 고단백질바 크리스피(50g)'의 편의점 소비자가격을 기존 3000원에서 2500원으로 인하했으며, '이지프로틴 고단백질바 크리스피 미니(160g)' 역시 8800원에서 8100원으로 낮췄다.

또 7월부터는 '컴포트잇츠이너프' 브랜드 일부 제품의 가격도 최대 21% 낮췄다. '컴포트잇츠이너프 골든츄이바'를 '컴포트잇츠이너프 시리얼 브랙퍼스트 바'로 제품명을 변경하고 가격도 인하했다. 바 타입은 기존 1600원에서 1500원으로 인하했으며 대용량 미니 타입은 기존 9500원에서 7500원으로 가격을 조정했다.

/신원선 기자 tree6834@

맛·가성비 다 잡은 '실속형 간편식' 눈길

이마트 트레이더스 전용 상품 선봬

트레이더스 대용량 간편식. /신세계푸드

지속적인 경기 불황과 고물가로 실속형 대용량 간편식이 인기를 끌고 있다.

신세계푸드는 이마트 트레이더스 전용 실속형 대용량 간편식으로 '꿔바로우'와 '바삭 고추튀김'을 선보였다고 21일 밝혔다.

'꿔바로우'는 100% 국내산 돼지고기 등심과 찹쌀가루를 사용해 겉은 바삭하고 속은 촉촉한 전문점 수준의 꿔바로우를 맛볼 수 있는 1.3kg의 중식 간편식이다. 특히 새콤달콤한 특제 소스 3개를 동봉해 집에서 여러 번 나눠 즐길 수 있도록 했다. 해당 제품은 고물가 시대 가격에 민감한 소비자 수요를 반영해, 기존 신세계푸드의 유사 메뉴 소용량 제품(400~500g) 대비 중량은 두 배 정도 늘리고, 단위 중량당 가격은 약 30% 낮춘 것이 특징이다.

'바삭 고추튀김'은 국내산 통오이고추에 신선한 돼지고기, 두부, 채소 등을 풍부하게 채워 넣은 900g의 튀김류 간편식이다. 두 제품 모두 신세계푸드 자체 냉동공법을 접목해 장시간 보관해도 맛과 품질이 유지될 수 있도록 개발됐다.

신세계푸드의 '꿔바로우', '바삭 고추튀김'과 같은 실속형 대용량 간편식을 지속적으로 확대할 계획이다. 고물가가 이어지면서 합리적인 가격에 넉넉한 양을 즐길 수 있는 대용량 또는 묶음형 제품을 선호하는 소비자가 늘고 있다는 판단에서다.

/신원선 기자

HLB글로벌, 노드큐어와 건기식 개발 맞손

연구부터 유통까지 전 단계 협력

HLB글로벌은 바이오 벤처 기업 노드큐어와 '차세대 건강기능식품 공동개발 및 임상 협력을 위한 업무협약'을 체결했다고 21일 밝혔다.

양사는 신규 기능성 소재의 연구개발에서부터 임상시험, 인허가, 제품화 및 글로벌 유통까지 전 단계에 걸쳐 협력 체계를 구축하기로 했다. 정부지원 과제 공동 참여 등도 추진할 예정이다.

이와 함께 양사가 보유한 각 역량을 결합해 차세대 건강기능식품 시장을 공략한다는 계획이다.

노드큐어는 마이크로바이옴 등 미생물과 천연물 소재를 기반으로 건강기능식품, 의약품, 반려동물 면역항암제 등을 개발하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@

지난 20일 HLB글로벌에서 김광재 HLB글로벌 대표(왼쪽)와 박종환 노드큐어 대표가 '차세대 건강기능식품 공동개발 및 임상 협력을 위한 업무협약' 체결했다. /HLB글로벌

"예비부부라면 할인 혜택 놓치지 마세요"

롯데하이마트, '웨딩페어' 혜택 강화

롯데하이마트가 예비 신혼부부의 가전 수요 증가세에 발맞춰 올해 '웨딩 페어' 프로모션 혜택을 대폭 강화한다고 21일 밝혔다.

국가데이터처에 따르면 국내 혼인 건수는 2022년 역대 최저를 기록한 후 2023년과 2024년 2년 연속 증가세를 보이고 있다.

롯데하이마트는 올해 혜택의 폭을 한층 넓혔다. 오는 1월 말까지 행사 상품 2% 할인에 구매 금액대별 최대 3% 할인을 더해 총 5%의 추가 할인 혜택을 제공한다.

특히 이번 행사는 삼성전자, LG전자 등 인기 브랜드 상품 구매 시 최대 80만원을 할인해 주는 '브랜드 위크'나 제휴카드 할인 등 기존 혜택과 중복 적용이 가능하다. 강화된 혜택에 힘입어 이달 1일부터 19일까지 웨딩 페어 매출은 전년 동기 대비 약 25% 늘어난 것으로 집계됐다.

롯데하이마트 김승근 통합마케팅실장은 "앞으로도 결혼 시장 트렌드와 고객 반응을 살펴 실질적인 혜택을 지속적으로 선보일 것"이라고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@